

学校编码：10384

学号：200415152



分类号_____密级_____

UDC_____

廈門大學

硕 士 学 位 论 文

明达玻璃关系营销策略分析

The Study of the Relationship Marketing Tactics on INTEX
GLASS

李良会

指导教师姓名：谢 导 副教授

专 业 名 称：工商管理 (MBA)

论文提交时间：2009 年 4 月

论文答辩日期：2009 年 5 月

学位授予日期： 年 月

答辩委员会主席_____

评 阅 人_____

2009 年 4 月

厦门大学博硕士论文摘要库

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学博硕士论文摘要库

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ☒ ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕士论文摘要库

论文摘要

玻璃作为一种原材料，广泛应用于建筑行业、汽车行业、家具行业和电子行业，也是一个竞争非常激烈的行业。改革开放三十年以来，中国玻璃行业的发展也突飞猛进，并一跃成为世界上玻璃产量最多的国家。

自改革开放以来，中国经济也越来越溶于全球化的大潮当中，全球化在为各企业带来更多利益和更多机会的同时，也带来了更多和更为激烈的竞争，客户在选择产品和服务时也有了更多的余地。于是企业经营业者们要考虑的就不仅是如何吸引消费者成为自己的客户，更重要的一点是如何通过提供更有效的服务建立客户对自己的忠诚，成为长期的客户，也正因为如此，企业经营者的思路从如何吸引新客户转移到如何留住老客户。另一方面，随着经济全球一体化进程的不断加快，企业将要面临更为复杂的经营环境，如何处理好与客户、合作者、员工等各方面的关系至关重要。

明达玻璃作为国内玻璃行业较早的外资企业之一，借助其先进的管理经验和国外市场销售渠道，并结合中国的市场特点，通过多年的经营摸索，已经逐步形成了一套较先进的经营管理模式，其管理水平和赢利能力在国内玻璃行业中一直位居前列，它在处理各方关系的过程中积累了很多的经验。

本文期望通过对明达玻璃关系营销策略分析，为国内玻璃行业提供一些参考，引发些许思考。

本文首先运用 SWOT 分析方法对明达玻璃的内外部环境进行分析，接着进一步分析明达玻璃在总体战略思想的指导下如何开展与客户、合作者、员工等各方面的关系营销，最后阐述了对于中国玻璃行业关系营销的一些思考和建议。

关键词：明达玻璃；关系营销；服务

厦门大学博硕士论文摘要库

Abstract

Glass, as a kind of raw material, was widely utilized in the many fields such as construction area, motor vehicle, furniture, electronics and so on, thus it is a field with fierce competition. Since our reform and open-doors in the past 30 years, Glass enterprises in China progressed rapidly, and Chinese glass quantity become NO.1 in the world.

Since 1978, the Chinese economy mixed together with the global more and more, The globalization, not only take many chances and profits to Chinese company, but also more and more violent competition, what's more, the clients have more and more opportunities to choice the products and services as their requirements. Then, for the enterprises' leaders, they need think over not only how to attract consumers to become their customer, but also how to build a relationship with the guest to be long-term friends. On the other hand, with the globalization developing faster and faster in the economy, all companies have to face the more complicated business surroundings, it is most important to how to manage the relationship between customers, cooperators and employees.

Intex glass, as the earlier foreign-invested company in Chinese glass field, relied on its advanced management and sales system in oversea market, and integrated the domestic market, after several years fumbling about, step by step has come into being an excellent management mode. For this reason, Intex glass is the most famous for its management and benefits, and it is experienced in dealing with other parties.

The purpose of this essay is only to supply some reference and give side to consider in the domestic glass business by way of analyzing Intex Glass Sales stratagem.

The essay, firstly, used SWOT methods to analyze Intex Glass circumstance, secondly, under the Intex Glass stratagem direction, analyze Intex Glass how to manage the relationship with clients, cooperators and employees, finally, expounded some thoughts and suggestions for Chinese glass companies in sales marketing.

Key words: Intex Glass; Relationship Marketing; Service.

厦门大学博硕士论文摘要库

目 录

第一章 绪论	1
第一节 研究背景	1
第二节 研究目的和思路	2
第二章 关系营销理论回顾与思考	5
第一节 关系营销的定义	6
第二节 关系营销的特征	7
第三节 关系营销与传统交易营销的区别	9
第四节 关系营销中的关系	12
第五节 关系营销的应用方式	14
第三章 明达玻璃企业背景分析及 SWOT 分析	20
第一节 明达玻璃企业背景分析	20
第二节 明达玻璃 SWOT 分析	24
第四章 明达玻璃关系营销策略分析	38
第一节 针对客户的关系营销策略	40
第二节 针对合作者的关系营销策略	49
第三节 针对员工的关系营销策略	50
第五章 明达玻璃关系营销实践给中国玻璃行业的借鉴	53
第一节 引进并建立正确的“关系营销观念”	53
第二节 注重玻璃企业市场定位的分析	55
第三节 开展关系营销时坚持服务与双赢	56
[参考文献]	57
后 记	59

厦门大学博硕士论文摘要库

Contents

Charper I	Intruccion1
Section I	Background 1
Section II	Object and Method 2
Chapter II	Relationship Marketing Methodology5
Section I	Relationship Marketing Definition 6
Section II	Relationship Marketing Characters 7
Section III	Relationship Marketing and Traditional Marketing Diffenence	... 9
Section IV	Relationship Marketing for All Parties 12
Section V	Relationship Marketing Application 14
Chapter III	Intex Glass Background and SWOT Analysis20
Section I	Intex Glass Background Analysis 20
Section II	Intex Glass SWOT Analysis 24
Chapter IV	Intex Glass Relationship Marketing Tactisc38
Section I	Relationship Marketing Tactics for Clients 40
Section II	Relationship Marketing Tactics for Cooperators 49
Section III	Relationship Marketing Tactics for Employee 50
Chapter V	Intex Glass Relationship Marketing Practice	
Supplying Reference for Chinese Glass Fields	53
Section I	Utilizing and Building Correct “Relationship Marketing” 53
Section II	Stressfully Analysis the Position of Glass Enterprises in Market	55
Section III	Persevring in Service and Win-Win 56
References	57
Acknowledgements	59

厦门大学博士论文摘要库

第一章 绪 论

本章将着重介绍本文的研究背景、研究目的及研究思路。

第一节 研究背景

玻璃作为一种原材料,伴随着国内经济在过去改革开放三十年的巨大发展,供应量和需求量每年均出现较大幅度增加。从改革开放初期的供不应求,逐步过渡到产量跃居世界第一并开始逐步转入出口,市场供需状况也发生了很大的变化;利润也从最初的行业暴利过渡到相对合理的行业利润水平,再过渡到随着国内经济周期的波动而出现的不定期亏损,特别是进入 2008 年以来,玻璃行业内外交困,产销量明显下滑,亏损面明显增大,是近几年来最为困难的年份。各个玻璃企业的业绩大幅下滑,步入玻璃行业的第五次“严冬”。自改革开放近 30 年以来,我国玻璃行业先后经历了五次“严冬”^①:

第一次是 1989 年 8 月至 1992 年 8 月

第二次是 1996 年 8 月至 1997 年 7 月

第三次是 2003 年 1 月至 2003 年 10 月

第四次是 2005 年 10 月至 2006 年 10 月

第五次是 2008 年 5 月开始至今

从这几年的情况来看,玻璃行业波动周期在缩短,主要由于我国经济高速增长带动玻璃消费快速增长,使得玻璃行业消化新增产能的速度加快。但同时由于产能扩充过快,导致在影响市场波动较大的因素出现时,整个行业陷入较大的异常波动,如从 2008 年初开始受国家宏观经济调控,再加上世界经济从 2008 年中开始受美国次贷危机影响而深受重创,导致经济增长陷入停滞甚至出现衰退,从而影响到经济快速发展时大量需求的玻璃这一基础原材料。

这次“严冬”的特征有别于前几次:一是在市场谷底的时间预计会更长一些;二是在此次危机下倒下的企业会更多一些;三是国际市场的杠杆调节作用显得

^① 资料来源:中国玻璃信息网 <http://www.boli.cn/market/show.php?id=579&xf=1> , 2008 年 12 月 12 日

微弱乏力。近年来我国玻璃行业取得了快速的发展，2004 年至 2007 年 4 年间新增 85 条浮法玻璃生产线，新增产能 2.56 亿重量箱。截止 2007 年底，全国共有 178 条浮法玻璃生产线，玻璃总产量达 5.32 亿重量箱。在 2008 年上半年又投产 8 条浮法玻璃生产线，至此全国共有 186 条生产线，总产量约占全球的一半，再加上目前在建的 20 多条生产线，玻璃行业在快速发展的同时，也面临着很多新的矛盾和困难。

究其原因是多方面的，既有投资体制方面的，也有布局规划方面，还有宏观经济环境方面等客观原因，但是我们认为经营管理方面的问题，特别是营销方面的问题也十分突出，这应该是在短期内可以改善的环节。如果在 2007 年整个玻璃行业还能赢利 20 多亿，营销似乎还并不太重要的话，那么在 2008 年开始玻璃行业由于各种弊端的长期积累出现的全行业大面积持续亏损，营销观念的引入就十分必要了。营销的引入在生产和消费之间架起了桥梁，它将是市场竞争过程中贯穿始终的基本活动，是现代企业整体战略的基石。

第二节 研究目的和思路

玻璃工业的快速发展，得益于国家的良好宏观经济环境。近年来，我国固定资产投资高速增长，工业化、城镇化进程加快，特别是房地产、家具、汽车、信息家电产业规模的迅速扩大，极大地拉动了玻璃产品的需求。

同时，国内玻璃行业经过近三十年的迅速发展，也逐步形成了几大玻璃集团公司：

中国玻璃控股有限公司，拥有 16 条浮法玻璃生产线；

江苏华尔润集团有限公司，拥有 13 条浮法玻璃生产线；

中国洛阳玻璃集团有限公司，拥有 11 条浮法玻璃生产线；

浙江玻璃有限公司，拥有 10 条浮法玻璃生产线；

中国耀华玻璃集团，拥有 10 条浮法玻璃生产线；

山东玻璃集团，拥有 10 条浮法玻璃生产线；

台湾玻璃集团，拥有 10 条浮法玻璃生产线；

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库